

Menschen, Werte, Einstellungen

Wie das Verhalten Mobilitätskonzepte beeinflusst

Führungskultur mitentscheidend / Mitarbeitende in und vor allem vor Entscheidungen einbeziehen / Verhalten als wichtiger Faktor für Veränderung / Lösungen und Inspiration auf der Nationalen Konferenz für Betriebliche Mobilität am 19. und 20. November in Mainz

In der Theorie scheint alles klar: Mobilitätsbudgets, Elektromobilität, Downsizing und alternative Antriebe werden als zukünftige Schlüssel zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen erkannt. Die Argumente sind überzeugend, die Konzepte stehen und die Zustimmung der Entscheider ist oft schnell gewonnen. Aber warum bleibt der große Durchbruch häufig aus?

Die betriebliche Mobilität steht vor einem Wandel – doch die Realität zeigt, dass der Weg von der Idee zur Umsetzung steinig ist. Um die betriebliche Mobilität zukunftssicher zu gestalten, braucht es Geduld, klare Kommunikation und die Bereitschaft, auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden einzugehen. Nur wenn Akzeptanz geschaffen wird, kann der Wandel von der Theorie in die Praxis gelingen. Auf der Nationalen Konferenz für betriebliche Mobilität (NaKoBeMo) werden diese Herausforderungen beleuchtet und Lösungsansätze diskutiert.

Der Mensch und seine Gewohnheiten

Eine zentrale Herausforderung bei der Umsetzung neuer Mobilitätskonzepte ist das menschliche Verhalten. „Wir müssen zu allererst die Menschen einbinden und gewinnen“, sagt Axel Schäfer, Geschäftsführer des Bundesverbandes Betriebliche Mobilität (BBM) und Ausrichter der NaKoBeMo. Verhaltensänderungen – so einfach sie theoretisch erscheinen mögen – stoßen auf tief verwurzelte Gewohnheiten, die nur schwer zu durchbrechen sind. Der berühmte Verhaltensforscher Konrad Lorenz brachte es bereits in den 70er-Jahren auf den Punkt: „Gedacht heißt nicht immer gesagt, gesagt heißt nicht immer richtig gehört, gehört heißt nicht immer richtig verstanden, verstanden heißt nicht immer einverstanden, einverstanden heißt nicht immer angewendet, angewendet heißt noch lange nicht beibehalten.“ Diese Worte verdeutlichen, wie schwer es ist, dass eine Einsicht tatsächlich zur dauerhaften Verhaltensänderung wird. Es ist je nach Thema und Verfestigung ein mühsamer Prozess, der Geduld und Beharrlichkeit erfordert und kann nur gelingen, wenn das Management die Mitarbeitenden aktiv begleitet und unterstützt. „Veränderungen sind erfolgreich, wenn sie gelebt werden – und das beginnt immer an der Spitze“, betont Schäfer.

Ein Beispiel aus der Praxis: Unternehmen, die ihren Fuhrpark auf Elektromobilität umstellen wollen, stehen oft vor der Herausforderung, dass Mitarbeitende nicht bereit sind, den Wandel mitzugehen. Auch wenn Elektrofahrzeuge technisch ausgereifter und wirtschaftlich sinnvoll sind, bleiben viele bei alten Gewohnheiten – sei es aus Bequemlichkeit oder Angst vor Veränderung.

Schritt für Schritt zum Ziel

Wie kann es also gelingen, Mobilitätskonzepte erfolgreich umzusetzen? Die Antwort liegt in einer schrittweisen Herangehensweise. Unternehmen sollten sich bewusst sein, dass Verhaltensänderungen Zeit benötigen und in kleinen Schritten erfolgen müssen. Dabei sind zwei Faktoren entscheidend: Kommunikation und Akzeptanz, Wissen und Motivation.

Die Kommunikation ist der Schlüssel, da die Mitarbeitenden von Anfang an in den Prozess eingebunden werden müssen. Offene Gespräche, internes Marketing mit klaren Informationen über die Vorteile der neuen Mobilitätskonzepte und die Möglichkeit, diese direkt zu erleben, schaffen Wissen und Vertrauen. Testfahrten mit Elektrofahrzeugen im Pool oder Abo-Modell können dazu beitragen, Vorbehalte abzubauen.

Der zweite wichtige Punkt ist das Schaffen von Akzeptanz. Veränderungen werden erst dann erfolgreich, wenn die Mitarbeitenden nicht nur das Konzept verstehen, sondern es auch befürworten und selbst motiviert sind, es zu leben. Hier kommt es auf psychologisches Geschick an – Ängste müssen abgebaut und neue Gewohnheiten langsam aufgebaut und etabliert werden. Nur durch die eigene Überzeugung und kleine Erfolgserlebnisse können dauerhafte Veränderungen erreicht werden. Das Management muss selbst überzeugt und Vorbild sein.

Das verdeutlicht, dass die Rolle des Mobilitätsmanagers in Zukunft noch wichtiger wird. Er muss nicht nur Strategien entwickeln, sondern auch den Menschen in den Mittelpunkt stellen. Die Fähigkeit, verschiedene Interessen zu erkennen, interdisziplinär zu denken und Veränderungen psychologisch klug zu begleiten, wird entscheidend sein.

Impulse zu diesem Thema auf der Nationalen Konferenz betriebliche Mobilität

Die Nationale Konferenz für betriebliche Mobilität bietet eine ideale Plattform, um sich mit den Herausforderungen und Chancen der zukünftigen Mobilitätsgestaltung auseinanderzusetzen. Experten aus Wissenschaft und Praxis teilen ihre Erfahrungen und geben wertvolle Tipps zur erfolgreichen Umsetzung von Mobilitätskonzepten. Gemeinsam wird diskutiert, wie Unternehmen eine nachhaltige Mobilität für ihre Mitarbeitenden gestalten können und welche Schritte notwendig sind, um den Wandel in der Praxis voranzutreiben. Beiträge dazu präsentieren unter anderem:

- Axel Schäfer, Bundesverband Betriebliche Mobilität: Verhaltensänderung und Rolle des Managements: Gesagt, getan – Schön wär's! Mobilitätshürden in den Köpfen - oder, wie man innere Schweinehunde besiegt.
- Marc Odenius, Dataforce: BBM Mobility Survey. Ergebnisse der Studie zur Mitarbeitendenmobilität innerhalb Unternehmen – Bedarfe und Bedürfnisse der Menschen.
- Diskussionspanel mit Führungskräften aus der Wirtschaft über Best Practices sowie Initiativen rund um innovative Mobilitätskonzepte und ihren Erfahrungen

Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie unter www.nakobemo.de.



Über die Nationale Konferenz für Betriebliche Mobilität

Die Nationale Konferenz für Betriebliche Mobilität ist die wichtigste Plattform in Deutschland, um innovative Mobilitätslösungen im betrieblichen Kontext zu diskutieren. Die Konferenz bietet Führungskräften die Gelegenheit, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, erfolgreiche Ansätze kennenzulernen und neue Impulse für die Umsetzung nachhaltiger Mobilitätskonzepte im eigenen Unternehmen zu gewinnen. Sie bringt jährlich Fachleute aus den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zusammen, um die Mobilitätswende aktiv mitzugestalten.

Über den Bundesverband Betriebliche Mobilität e.V. (BBM)

Der Bundesverband Betriebliche Mobilität wurde im Oktober 2010 als Bundesverband Fuhrparkmanagement und Initiative von Fuhrparkverantwortlichen gegründet. Themenschwerpunkte des Verbandes sind alle Aspekte der nachhaltigen betrieblichen Mitarbeiter-Mobilität. Mit rund 650 Mitgliedsunternehmen ist der Verband das größte Netzwerk rund um diese Themen. Er vertritt die Interessen seiner Mitglieder und stellt seine Expertise bereit. Der BBM ist Mitbegründer und Mitglied der FMFE Fleet and Mobility Management Federation Europe.

Vorstandsmitglieder des Verbandes sind Marc-Oliver Prinzing (Vorsitzender), Heinrich Coenen (stv. Vorsitzender, Fuhrparkleiter Berliner Verkehrsbetriebe BVG), Dieter Grün (stv. Vorsitzender, Fuhrparkleiter Stadtwerke Heidelberg Netze), Melanie Schmahl (stv. Vorsitzende, Leiterin Fleetmanagement und Passenger Transport, Boehringer Ingelheim), Axel Schäfer (Geschäftsführer und Vorstandsmitglied). Sitz des Verbandes und der Geschäftsstelle ist Mannheim.

Axel Schäfer, Bundesverband Betriebliche Mobilität e.V., presse@mobilitaetsverband.de